

PRIMO PIANO

Cattolica, l'assemblea della svolta

Cattolica scrive un nuovo capitolo della sua storia. Il 28 aprile scorso il nuovo statuto sociale ha infatti ottenuto l'ok dall'assemblea dei soci (favorevole il 99,9% dei presenti). Confermato (come da previsioni) il modello cooperativo. Tra le principali novità, spicca in primis l'apertura ai soci di capitale, e il nuovo sistema di governance monistico, accanto alla riduzione a 17 del numero complessivo degli esponenti, tenendo conto che le funzioni del nuovo cda assorbiranno quelle proprie del collegio sindacale. Tra le modifiche apportate, da segnalare l'abolizione del comitato esecutivo, la soppressione del requisito di rappresentanza territoriale per i componenti del cda, e la rivisitazione della disciplina dei limiti alla partecipazione azionaria: la soglia, confermata allo 0,5% per le persone fisiche, viene innalzata al 5% per le persone giuridiche ed estesa a enti collettivi e Oicr (organismi di investimento collettivo del risparmio). Come ampiamente prevedibile, Alberto Minali è stato confermato nel ruolo di amministratore delegato. L'assemblea, che si è svolta in collegamento a distanza con Roma, ha approvato tutti i punti all'ordine del giorno, inclusa la proposta di dividendo a 0,35 euro per azione. Per leggere la news completa, [clicca qui](#).

Beniamino Musto

INTERMEDIARI & COMPAGNIE

Amissima, il confronto tra impresa e rete

Il dg Antonio Scognamillo e il numero uno del gruppo agenti, Stefano Passerini, dialogano affrontando i problemi con spirito di cooperazione. Occorre ripartire dalle buone pratiche già presenti e saper bilanciare rigore e sviluppo

Quando la nuova dirigenza di **Amissima**, nel gennaio 2017, ha preso le redini della compagnia si è trovata a dover gestire problemi che, stratificati negli anni, hanno messo alla prova gli agenti: rivitalizzare le eccellenze e esaltare le caratteristiche peculiari di una rete per certi versi unica sono stati tra i capisaldi dell'azione riformatrice. Un'azione certamente non conclusa ma sostenuta da una solida proprietà (gli americani di **Apollo**), con una visione chiara su quello che c'è da fare.

Secondo il direttore commerciale **Antonio Scognamillo**, una delle direttrici di sviluppo più promettenti si basa sulle buone pratiche diffuse nella rete e sul portarle, con gradualità, a sistema. Un esempio è un modello relazionale con il cliente che, quando Scognamillo è arrivato in Amissima, era utilizzato spontaneamente soltanto da alcune agenzie nel nord-est. "Ci è sembrato – ha spiegato a *Insurance Daily* – che questa buona pratica si avvicinasse all'impostazione tecnica che vogliamo dare alla consulenza della nostra rete. L'abitudine a relazionarsi con i clienti e il livello di retention degli agenti di Amissima sono qualità estremamente rare nel mercato odierno: è qualcosa che va sfruttata attraverso la trasformazione del momento di pagamento del premio, atto solo amministrativo, a momento di proposizione commerciale e miglioramento della consulenza".

UN PERCORSO DI RINASCITA

Dal febbraio scorso, alla guida del gruppo agenti c'è **Stefano Passerini** (e non più **Letterio Munafò**, in carica per 38 anni), che per lungo tempo è stato vice presidente. L'agente, che ha vissuto tutte le vicissitudini delle ex compagnie di Carige, ha confermato che da quando è arrivato il nuovo management le cose sono cambiate. (Continua a pag.2)



Antonio Scognamillo, direttore commerciale di Amissima



INSURANCE CONNECT su FACEBOOK

Seguici sulla pagina cliccando qui



(Continua da pag.1)

“Alcune agenzie sono scomparse – ha detto Passerini, intervistato da questo quotidiano – altre hanno perso grandi fette di ricavi. Poi abbiamo trascorso mesi in cui la società non aveva né l’amministratore delegato né il direttore commerciale, quindi quando è subentrata la nuova proprietà per molti di noi è stata quasi una resurrezione. Ci conforta l’attuale dirigenza: persone credibili, competenti e per bene. Questi sono gli elementi che ci consentiranno di avere un futuro: da costruire però tutti insieme”.

Passerini sposa l’atteggiamento della compagnia verso la rete: “il nostro modello – ha precisato – è quello di mettere le persone al centro, agenti e clienti, che sono i veri motori dello sviluppo della compagnia”.

UN BRAND DA SCOPRIRE

Il marchio Amissima è ancora nuovo e ha bisogno di farsi conoscere. Il management ha intrapreso una strategia di comunicazione che guarda sia all’interno sia all’esterno. “Presso i clienti finali – ha rivelato Scognamillo –, l’obiettivo principale è far conoscere il marchio passando dall’intermediario. La compagnia non deve insidiare il rapporto tra cliente e agente, ma anzi lo deve esaltare, valorizzando i momenti di contatto: il nostro obiettivo è rafforzare il ruolo distributivo dell’agente, non vogliamo arrivare direttamente al cliente”.

Il gruppo agenti condivide questa politica, ma chiede anche che il marchio Amissima sia riconosciuto e riconoscibile soprattutto da quella clientela alta e di qualità che negli anni ha diffidato della compagnia per le note vicende di Banca Carige. “È arrivato il momento – ha precisato Passerini – di sfruttare, anche dal punto di vista della comunicazione, la solidità di un azionista tripla A e di un management di alto livello. Quindi, solidità finanziaria e onorabilità del marchio per noi rappresentano i punti fermi che in passato non abbiamo avuto”.



Stefano Passerini, presidente del gruppo agenti Amissima

CAMBIARE ALCUNI COMPORTAMENTI

Tuttavia, il passato non si può cancellare con un colpo di spugna e il piano di risanamento imposto dalla compagnia è impegnativo per le agenzie. Ma far fronte al peggioramento dell’andamento tecnico nell’auto è solo una faccia della medaglia: l’altra sono gli investimenti sul sistema informativo per permettere a tutta la rete di emettere contratti in mobilità; il rinnovo del catalogo prodotti; un sistema sinistri più efficiente ed efficace ai fini della gestione commerciale. “Il percorso di miglioramento di questi settori – è convinto Scognamillo – possiamo e dobbiamo costruirlo condividendolo con la rete. Il tema forte è però gestire il cambiamento: quello che non va in questo momento, e che potrebbe creare attrito, è la paura del cambiamento. Cambiare il comportamento commerciale rispetto alla tariffa auto è complesso e i malumori sono assolutamente fisiologici, dal mio punto di vista”.

Per gli agenti, le difficoltà derivano proprio dalla politica di risanamento. Con i premi auto in aumento e le incognite nei rami elementari, “abbiamo chiesto alla compagnia di rendere gradualmente gli interventi per permetterci un’assunzione dei rischi più serena e meno legata al solo andamento tecnico”, ha argomentato Passerini.

“Con la nuova rappresentanza – ha chiosato Scognamillo – parliamo liberamente: riusciamo a dialogare, magari si discute animatamente, ma c’è una percepita comunanza d’intenti che mi fa immaginare prospettive rosee”.

Il gruppo agenti, dal canto suo, continuerà a stimolare la compagnia a trovare un equilibrio virtuoso tra politica assuntiva e solidità patrimoniale, tra rigore e sviluppo.

Fabrizio Aurilia



Da oggi puoi leggere **Insurance Daily**
scaricandolo **gratuitamente**
dall’**App Insurance Review**



I requisiti della legge Gelli alla luce del Gdpr

La nuova normativa sulla responsabilità sanitaria basa i suoi aspetti operativi sull'informatizzazione del settore sanitario, in particolare finalizzata alla fruibilità e alla trasparenza dei dati che riguardano i pazienti. In questo contesto è necessario saper valutare l'impatto del regolamento Ue sulla privacy

PARTE PRIMA

La crisi della responsabilità medica che ha investito il complesso sistema del servizio sanitario nazionale, provocando una profonda frattura nell'alleanza terapeutica tra medico e paziente, è sfociata un anno fa nella promulgazione della legge n. 24/2017, nota come *legge Gelli*. Il provvedimento completa, amplia e rende più omogenea la precedente legislazione in materia di responsabilità sanitaria, inclusa la cosiddetta *legge Balduzzi* n. 189/2012, considerata dagli osservatori come un coraggioso tentativo di dirimere gli annosi problemi che da qualche decennio affliggevano il comparto, rimasto tuttavia in gran parte incompiuto.

Scopi dichiarati della nuova normativa, la riduzione dell'enorme contenzioso legale esistente in materia di responsabilità medica, la riduzione del cosiddetto fenomeno della *medicina difensiva*, indicato dal **ministero della Sanità** come causa principale di un eccesso di spesa pubblica ammontante a svariati miliardi di euro, e dunque la creazione di un ambiente di lavoro più sicuro e sereno per i professionisti del comparto, il tutto con l'intento di migliorare la qualità del servizio sanitario pubblico, garantendo al cittadino il rispetto del suo diritto costituzionale alla salute.

Lungo tutto il percorso dei 18 articoli che costituiscono il testo della legge, la nuova normativa prevede un uso intensivo degli strumenti informatici da parte delle strutture, pubbliche e private, nelle quali si svolge l'attività sanitaria, e dei loro dipendenti e collaboratori. In realtà, per ottemperare al disposto della legge Gelli, ogni professionista sanitario è oggi tenuto a gestire e trasferire una mole cospicua di informazioni per via digitale, mettendo così in atto quella gestione virtuosa del rischio clinico che sola può garantire il miglioramento dell'intero sistema.

Il ruolo chiave della gestione informatica

All'art. 4, infatti, la legge fa esplicito riferimento alla trasparenza dei dati clinici trattati, nel rispetto del codice in materia di protezione dei dati personali ex Dlgs 196/2003. Sono anche previsti la pubblicazione dei dati relativi ai risarcimenti effettuati negli ultimi cinque anni presso ciascuna struttura (sul sito internet della stessa) e il trasferimento di tutte le informazioni inerenti la gestione del rischio clinico (inclusi gli eventi avversi), mediante procedura telematica unificata a livello nazionale, all'*Osservatorio Nazionale delle buone pratiche sulla sicurezza in sanità*, istituito proprio per aggregare ed elaborare i dati provenienti da tutto il territorio, contribuendo al miglioramento della gestione del rischio e del servizio offer-



to in tutto il Paese.

Tutta questa attività viene ora a integrarsi con la gestione del rischio imposta dalla nuova normativa europea sul trattamento dei dati personali, come da Regolamento n. 279/2016, che entrerà definitivamente e completamente in vigore nel nostro paese il 25 maggio prossimo. Si tratta del Gdpr (*General data protection regulation*), che impone a tutti i soggetti che debbano in qualunque modo gestire, conservare, trasferire o trattare dati personali di adottare un'articolata politica di *risk management*, allo scopo di garantire la propria conformità ai requisiti di sicurezza previsti dal Regolamento.

Dati sensibili, tutela rafforzata

La protezione dei dati delle persone fisiche costituisce infatti un diritto sancito dall'articolo 8 della Carta dei diritti fondamentali e dall'articolo 16 del Trattato sul funzionamento dell'Unione Europea ed è vitale che le norme previste per la loro tutela siano improntate al pieno rispetto delle libertà di chi li possiede. Esempi includono gli archivi di società commerciali, nei quali i nomi dei clienti sono associati alle informazioni sulle loro carte di credito o ad altri dati sensibili, oppure le informazioni mediche conservate da assicuratori, medici e, naturalmente, cliniche ed ospedali di ogni ordine. Per quanto attiene al comparto sanitario, infatti, la nuova normativa impone di prestare particolare attenzione alla tutela della privacy, meritando i *dati sanitari* (il cui concetto viene per la prima volta specificamente introdotto dal Regolamento) una *tutela rafforzata*, proprio per il coinvolgimento di diritti di rilievo costituzionale.

(Continua a pag.4)

(Continua da pag.3)

La definizione dei dati sanitari

Già a partire dal Codice della Privacy, giurisprudenza e dottrina hanno operato delle distinzioni tra dati personali, sensibili e sensibilissimi, collocando i dati sanitari, per la loro stessa natura, nella categoria dei dati sensibilissimi e facendone oggetto di protezione rafforzata, come si è detto, in modo da impedirne l'uso improprio o illegittimo. Il Considerando n. 35 del Regolamento chiarisce ora il concetto di dati riguardanti la salute della persona e fornisce specifiche definizioni:

- **dati personali:** qualsiasi informazione riguardante una persona fisica direttamente o indirettamente identificabile (nome, ubicazione, elementi caratteristici della sua identità fisica, fisiologica, genetica, psichica, economica, culturale o sociale);

- **dati genetici:** informazioni sulle caratteristiche genetiche

ereditarie o acquisite di una persona fisica (fisiologia e salute), che risultano in particolare dall'analisi di un suo campione biologico;

- **dati biometrici:** informazioni ottenute da un trattamento specifico e relative alle caratteristiche fisiche, fisiologiche o comportamentali, come foto e dati dattiloscopici;

- **dati relativi alla salute:** informazioni personali attinenti alla salute fisica o mentale di una persona, compresa la prestazione di servizi di assistenza sanitaria, che rivelino informazioni sul suo stato di salute.

Cinzia Altomare,
Versipieren Italia

(La seconda parte dell'articolo verrà pubblicata su Insurance Daily di domani, giovedì 3 maggio)



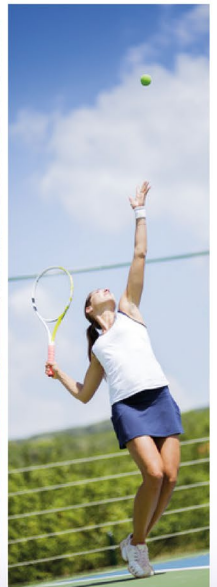
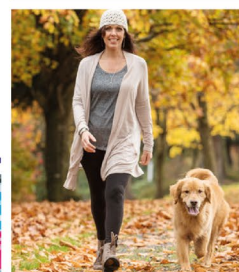
SOCIETÀ E RISCHIO

L'INFORMAZIONE PER UN MONDO CHE CAMBIA

RIVISTA ON LINE DI CULTURA
DEL RISCHIO E CULTURA ASSICURATIVA

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

www.societaerischio.it



Insurance Daily

Direttore responsabile: Maria Rosa Alaggio alaggio@insuranceconnect.it

Editore e Redazione: Insurance Connect Srl – Via Montepulciano 21 – 20124 Milano

T: 02.36768000 **E-mail:** redazione@insuranceconnect.it

Per inserzioni pubblicitarie contattare info@insuranceconnect.it

Supplemento al 2 maggio di www.insurancetrade.it – Reg. presso Tribunale di Milano, n. 46, 27/01/2012 – ISSN 2385-2577